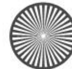
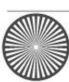
K



21

Escribiendo para transmitir:

Claridad en el aire

El presente artículo es condensado del libro "Writing for the mass media" (Escribir para los medios masivos), de James Glen Stovall, y se imprimió con su permiso.

Las cualidades que necesita una persona para triunfar en la radiotelevisión son inteligencia, diligencia, fiabilidad…y capacidad para escribir.

Aunque la radiotelevisión es un medio audio o audiovisual, así y todo lo que se ve en forma de noticias o programas de entretenimiento (salvo la transmisión de eventos en vivo, como los juegos de pelota) está escrito. Las ocasiones para improvisar ante la cámara son escasas: el tiempo de transmisión es demasiado valioso para dejarlo a la buena fortuna. La industria de la radioteledifusión siempre está buscando a personas que sepan escribir con claridad, concisión y precisión.

Las compañías radioteledifusoras buscan a personas dispuestas a investigar hasta la saciedad los temas asignados y a comprenderlos lo suficiente para informar sobre ellos con claridad; que no les importe trabajar duro y que no tengan a menos volver a escribir sus cuartillas o que otros se las rescriban. Les interesan en particular aquéllos que sepan escribir contra reloj y cumplir los plazos de entrega.

Buena parte de lo que se escribe para la transmisión es como lo que se escribe para la prensa plana, pero hay diferencias importantes que analizaremos. Esas diferencias tienen que ver con la forma en que se seleccionan las noticias para ser trasmitidas, las características de la redacción y la estructura de las noticias y el estilo en que se presenta la información.

Los reporteros de las noticias audiovisuales, al igual que los periodistas de la prensa plana, se interesan por acontecimientos que repercutan en las multitudes, por las personas prominentes que aparecen a menudo en las noticias, los temas de actualidad, acontecimientos que ocurran cerca de la comunidad y situaciones que contengan elemen-











tos de conflicto o poco comunes.

Por las oportunidades y limitaciones de su medio, sin embargo, los reporteros de la radio y de la televisión, tienden a ver los acontecimientos en una forma ligeramente distinta que sus colegas de la prensa escrita. A continuación se analizan algunos de los factores que tienen en cuenta los profesionales de la radio y de la televisión para seleccionar las noticias.

Inmediatez. Este valor de la noticia es incluso más importante que en la prensa plana. El periodista de la prensa escrita tiende a trabajar en ciclos de todo un día; un periodista de la radio y de la televisión trabaja en ciclos de horas o menores. En los medios electrónicos hay "horas de cierre" muchas veces al día, en particular en la radio. La noticia tiene que actualizarse por minuto. Una noticia de más de una hora puede resultar demasiado vieja para salir al aire. Cuando se escucha un parte sobre una noticia fresca, se espera oír lo último, y esto es lo que tiene que esforzarse por dar el periodista de los medios electrónicos.

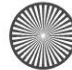
Información sí, explicación no. En radio y televisión los periodistas prefieren los temas que no necesiten mucha explicación para ser comprendidos por su público. Prefieren noticias que sean relativamente simples y puedan contarse de manera sencilla y directa. Casi sin excepciones, la duración máxima de una noticia en un noticiero de televisión es de dos minutos; la duración más normal es de 20 a 30 segundos. Ese tiempo no alcanza para explicar en detalle una trama compleja, sino sólo para dar al público la información esencial.

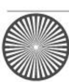
Desde luego, hay noticias complejas e importantes en que la explicación no puede evitarse. Estas son las que representan un desafío para el redactor y se requiere práctica y talento para condensarlas a su esencia.

Repercusión audiovisual. En radio y televisión se quieren noticias que el público pueda oír o ver. Más personas prefieren ver las imágenes de una inundación que oír su descripción en la voz de un narrador. En esos medios los reporteros suelen seleccionar temas para sus noticieros porque llevan sonido o imágenes, si bien las noticias por sí mismas puedan no merecer tanta atención. Esta es una de las mayores críticas que reciben las noticias por radio y televisión, pero sigue siendo uno de los factores principales en la selección de noticias para difundir.

Características del estilo. El libro de estilo para radio y televisión de la United Press International, dice que mientras la prensa plana tiene las cinco preguntas: (quién, qué, cómo, cuándo y por qué) el periodismo televisado tiene las cuatro C (corrección, claridad, concisión y color). Las cuatro sirven de base para la redacción en los medios electrónicos y brindan un buen marco para hablar sobre los estilos narrativos para esos medios. Todo lo que el periodista de radio y televisión haga, debe contribuir al relato de una historia precisa. Aún cuando o el periodista de radio y televisión tenga que ob-







servar reglas estrictas sobre cómo se escriben las noticias, dichas reglas deben contribuir al recuento preciso del acontecimiento, y no a impedirlo.

Por los factores analizados en la sección anterior, escribir noticias para su transmisión al éter tiene algunas características importantes que se diferencian de la prensa escrita. Dichas características exigen que el periodista de radio y televisión aborde la noticia de modo ligeramente distinto.

Una característica importante al escribir para radio y televisión es el énfasis en lo inmediato. Es menester que las noticias por radio y televisión se actualicen hasta el minuto. También deben ser escritas como si fueran de último minuto. Si bien en la prensa plana se prefiere el pasado de los verbos, en radio y televisión se prefiere el tiempo presente. Por consiguiente, mientras una noticia periodística escrita pudiera comenzar así:

> *El Presidente dijo ayer que apoyará propuestas de aumento limitado de impuestos cuando el congreso reanude sus labores esta semana…*

La noticia trasmitida deberá comenzar así:

> *El Presidente dice que está a favor de aumentar los impuestos.*





Otra característica importante es que escribir para ser trasmitido requiere un estilo conversacional. Hasta el más claro y sencillo estilo periodístico tiende a sonar almidonado y distante cuando se lee en voz alta. Lo escrito para ser trasmitido no puede sonar de esta manera porque está concebido para ser leído en voz alta. Las noticias para la radio y la televisión deben escribirse para el oído, no para la vista. El estilo narrativo puede ser entonces un poco más informal que cuando se escribe para la imprenta.



La característica de la frase muy escueta para los medios electrónicos es una de sus principales ventajas y algo de lo más difícil de lograr para el escritor novel. Como el tiempo apremia tanto en los medios electrónicos, el redactor no puede malgastar palabras. El periodista que redacta para estos medios necesita esforzarse por simplificar y condensar cada vez más. Hay un conjunto de técnicas para lograrlo:

Elimine todos los adjetivos y adverbios salvo los más necesarios. Trabaje con los sustantivos y los verbos, las palabras más importantes del idioma.

Evite usar la voz pasiva. Se puede decir que una reunión “se celebra” o “es celebrada”, o que la organización “celebra una reunión”. En radio y televisión se escoge esta última, y el buen redactor la cambiaría luego por la forma verbal “se reúne”.

Use oraciones sencillas y cortas. En radio y televisión no se necesita la variedad de longitudes y tipos de oración que se emplean en la prensa plana para que los textos sean interesantes. En radio y televisión se prefiere lan-

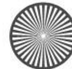












zar información a los oyentes como balas, en oraciones cortas y simples.

La claridad es de absoluta necesidad para el que redacta para radio y televisión. El público que escucha o ve no puede volver atrás a releer una noticia como se hace en un periódico (aunque los periodistas de la prensa plana tampoco debían contar con que sus lectores lo hagan). El que escucha debe entender lo que se dice la primera vez. Esta claridad se logra con oraciones sencillas y palabras comunes, evitando los pronombres y repitiendo los nombres propios de ser necesario, y manteniendo el sujeto cerca del verbo en las oraciones. En primer lugar, lograr la claridad conociendo y comprendiendo el tema a la perfección.

Una característica más de los medios electrónicos es su casi completa dependencia de los horarios de entrega. A menos que éstos se cumplan, por muy concisa y clara que sea su prosa, jamás será escuchada.

Estructura de la noticia

En la prensa escrita la mayoría de las noticias se escriben en el estilo de la pirámide invertida, es decir, con la información más importante al principio.

En radio y televisión no se usa la estructura de la pirámide invertida. En su lugar se usa la llamada unidad dramática, cuya estructura tiene tres partes: el clímax, la causa y el efecto. El clímax da al oyente el contenido de la trama en más o menos la misma forma en que lo hace el lead en la noticia escrita; dice al que escucha lo ocurrido. La parte de la causa narra el porqué sucedió: las circunstancias que rodearon el hecho. La parte del efecto da al que escucha el contexto de la noticia y posiblemente ciertos razonamientos sobre su repercusión futura. El ejemplo siguiente muestra como funciona la unidad dramática.




Clímax

Los contribuyentes de nuestro estado pagarán un promedio de 15 dólares más en impuestos sobre la renta el año próximo.

Causa

El senado estatal denegó varias enmiendas dilatorias esta tarde y aprobó el controvertido proyecto de ley de mayores ingresos propuesto por el gobernador en votación de 15 a 4. El proyecto de ley ha sido objeto de intenso debate por más de una semana.

Efecto

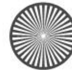
El proyecto de ley retorna ahora al gobernador para su firma. Se calcula que la medida elevará en unos cuarenta millones de dólares los ingresos estatales el año próximo. La mayoría del

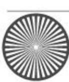












dinero ha sido destinado a la enseñanza primaria y media.
La aprobación de la ley es vista como una gran victoria para el gobernador y su programa de educación.

El periodista de la radio y de la televisión debe concebir la noticia como un círculo cerrado, más que como una pirámide invertida. Mientras la pirámide puede cortarse sin que se pierdan los hechos esenciales, la noticia escrita en este estilo unificado no puede cortarse por el fondo ni por ningún otro lugar: conforma una unidad.

Las noticias deben escribirse para que ocupen el espacio de tiempo designado por el director de noticias. Así, si un director puede conceder 25 segundos a un tema, el redactor se ceñirá a una nota informativa que pueda ser leída en ese tiempo.

Las noticias por radio y televisión tienen que atraer la atención del que escucha desde el mismo principio. Las primeras palabras de la noticia siempre son sumamente importantes. Atraer la atención del oyente en ocasiones es preferible que resumir la noticia o dar los datos más relevantes del asunto. El lead de la noticia trasmitida puede ser breve en información, pero si atrae al oyente ha cumplido su propósito. He aquí un ejemplo:





El presidente saliente sigue saliendo.
El Congreso se reunió por tercer día hoy en la última sesión de este término presidencial y tampoco logró una decisión sobre la propuesta presidencial sobre el impuesto de la gasolina.



La primera oración nos da pocos datos, pero mete al oyente en la trama. Sin embargo, esta clase de estructura noticiosa sólo es aplicable en algunos casos. Si los datos de la noticia son lo suficientemente importantes para atraer la atención del que escucha, deben ser usados para iniciar la trama. Por ejemplo:

El impuesto de cinco centavos por galón de gasolina es ley.
El Presidente firmó el decreto de ley que autoriza el impuesto hoy en sus vacaciones…

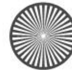
En ambos ejemplos, el redactor no ha tratado de narrar la historia completa en la primera oración. Más bien, las dos noticias se estructuran de modo que el lead atraiga la atención y se abordan los detalles en las oraciones subsiguientes. Esta estructura es común para las noticias trasmitidas por radio y televisión.

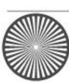
Un tema al que el periódico puede dedicar 10 pulgadas en columnas de









texto, un narrador quizás tendrá que decirlo en 20 ó 30 segundos. El que escribe para una transmisión al éter debe recordar que hay detalles y explicaciones que es necesario omitir del texto para que la noticia quepa en el tiempo asignado.

Consejos estilísticos

El estilo del redactor para una transmisión al éter y el de la página impresa difieren en algo. He aquí algunas grandes diferencias en forma y estilo.

El título suele preceder al nombre. La mayoría de las personas que se mencionan en noticias trasmitidas en radio y televisión necesitan ser identificadas. Los títulos casi siempre preceden al nombre. Por consiguiente, mientras una noticia escrita podría decir: “Winston Churchill, el ex primer ministro”, en una transmisión se diría “el ex primer ministro Winston Churchill”.

Evite las abreviaturas, incluso en segunda mención. Sólo las abreviaturas más comunes y conocidas deben usarse en un programa trasmitido. La ONU por Naciones Unidas, es un ejemplo.

Evite las citas textuales si es posible. A menos que sea esencial la cita textual, se prefiere la paráfrasis. La cita textual es difícil de manejar en un programa transmitido porque suena torpe advertir al oyente que lo dicho por el anunciador es textual.




Cuando no quede más remedio que citar, el redactor debe evitar decir: “y cito… fin de la cita”, que suenan poco naturales, y usar frases como “en sus propias palabras” o “según dijo”.

La atribución a una fuente va antes de la cita, no después. El oyente debe saber de dónde procede la cita antes de escucharla.

Evite en lo posible los signos de puntuación. El uso excesivo de la coma, el guión, y el punto y coma no ayuda al narrador.

Deben redondearse las cifras y los datos estadísticos. El periodista de la prensa escrita preferirá usar cifras tan exactas como sea posible. Pero en el aire, lo que en el papel era $4 101 696, se hace, “más de cuatro millones de dólares.”

Personalice la noticia cuando sea posible y prudente. Uno de los ejemplos anteriores podía haber comenzado: “La gasolina va a costar cinco centavos más por galón”. Personalizar es una buena manera de interesar al oyente en la noticia.

Evite los símbolos al escribir. El signo de pesos, por ejemplo, nunca debe usarse ni tampoco el de por ciento. Escríbalo con todas sus letras para no equivocar al presentador.

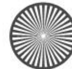
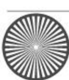
Válgase de símbolos fonéticos en nombres y palabras raras y difíciles de pronunciar. “Explotó una bomba en el centro de Karashi (Ca-









RÁ- Chi) hoy..." Observe que la sílaba que debe acentuarse debe ir en mayúscula. La buena pronunciación es al que escribe para el micrófono lo que la ortografía al que escribe para la página.

Evite los pronombres. Y cuando tenga que usarlos, aclare a quién se refieren. Los demasiados pronombres en la noticia pueden restarle claridad.

Evite las aposiciones. Una aposición es una palabra o una frase que rebautiza a un nombre. En "Tom Smith, alcalde de Midville, dijo hoy...", "alcalde de Midville" es una frase en aposición. En el aire, estas frases hacen lenta la lectura y suelen confundir al oyente, que no tiene la ventaja de ver las comas. En el ejemplo anterior, puede entenderse que "Midville dijo". También debe mantenerse el sujeto lo más cerca posible del verbo.

Escriba en presente siempre que pueda. Escribir en presente ("el Presidente dice" en lugar de "el Presidente dijo") da inmediatez a la noticia trasmitida. Pero, por ejemplo, si el Presidente hizo una declaración ayer, la noticia trasmitida no debe atribuirse en presente.

Evite cláusulas dependientes al principio de oraciones. Dichas cláusulas tienden a oscurecer el sujeto de la oración. Por ejemplo: "En la primera escala de su periplo europeo hoy, el Presidente dijo..." puede ser muy confuso para el oyente. La oración simple - sujeto, verbo complemento- es el mejor formato.





